



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSYARATAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	ix
INTISARI.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>KONSEP PENELITIAN.....</b>	<b>9</b>
2.1 Wisata Alam.....	9
2.2 Promosi.....	13
2.2.1 Bauran Promosi.....	21
2.2.2 Faktor – Faktor Mempengaruhi Bauran Promosi.....	55
2.2.3 Peluang Promosi Media.....	58
2.2.4 Lingkungan Promosi.....	59
2.2.5 Dukungan Biaya Promosi.....	61
2.2.6 Perilaku Promosi.....	62
2.2.7 Program Promosi Pariwisata.....	64



2.2.8 Pengendalian Kinerja Promosi.....	69
2.3 Kerangka Pemikiran.....	74
<b>BAB III.....</b>	<b>76</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>76</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	76
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	77
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.3.1 Data Primer.....	78
3.3.1.1 Wawancara Mendalam (Indept Interview).....	78
3.3.1.2 Observasi.....	81
3.3.2 Data Sekunder.....	83
3.3.2.1 Dokumentasi.....	83
3.4 Teknik Analisis Data.....	84
3.5 Keterbatasan Penulis.....	85
<b>BAB IV.....</b>	<b>87</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....</b>	<b>87</b>
4.1 Sejarah Kabupaten Bantul.....	89
4.2 Kilas Kabupaten Bantul.....	90
4.3 Visi dan Misi Kabupaten Bantul.....	92
4.3.1 Visi.....	92
4.3.2 Misi.....	93
4.2 Akses Menuju Wisata Puncak Becici.....	93
4.3 Sejarah Wisata Puncak Becici.....	96
<b>BAB V.....</b>	<b>101</b>



<b>STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PUNCAK BECICI.....</b>	<b>101</b>
5.1 Strategi Promosi Menggunakan Media Iklan.....	101
5.2 Strategi Promosi Menggunakan Media <i>Personal Selling</i> .....	113
5.3 Strategi Promosi Menggunakan <i>Sales Promotion</i> .....	117
5.4 Strategi Promosi Menggunakan <i>Public Relation</i> .....	119
5.5 Strategi Promosi Menggunakan <i>Word of Mouth marketing</i> .....	122
5.6 Faktor Pendukung dan Kendala Strategi Promosi Pariwisata Puncak Becici.....	125
5.6.1 Faktor Pendukung.....	125
5.6.2 Faktor Kendala.....	129
<b>BAB VI.....</b>	<b>134</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>134</b>
6.1 Kesimpulan.....	134
6.2 Rekomendasi.....	138
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>141</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>146</b>



## DAFTAR TABEL ,GAMBAR DAN LAMPIRAN

### Daftar Tabel

Tabel 2.1 Keuntungan dan Kelemahan Media Iklan.....	39
Tabel 2.2 Berbagai Tujuan Promosi Penjualan.....	49
Tabel 3.1 Daftar Informan dan Isu yang Digali.....	79
Tabel 4.1 Jadwal Piket Harian.....	100

### Daftar Lampiran Tabel

Tabel Lampiran Paduan Wawancara.....	146
Tabel Pengurus dan Anggota Sekretariat Puncak Becici.....	152

### Daftar Gambar

Gambar 4.1 Peta Kabupaten Bantul.....	91
Gambar 4.2 Papan Petunjuk Arah dari Gunung Kidul.....	95
Gambar 4.3 Akses Menuju Puncak Becici.....	96
Gambar 5.1 Instagram Sebagai Media Iklan.....	103
Gambar 5.2 Facebook Sebagai Media Iklan.....	103
Gambar 5.3 Blog Sebagai Media Iklan.....	104
Gambar 5.4 Liputan Net 12 Sebagai Media Iklan.....	105
Gambar 5.5 Tribun Jogja Sebagai Media Iklan.....	105
Gambar 5.6 PERGUB DIY NO. 84 Tahun 2016 Dikawasan RPH Mangunan.....	119
Gambar 5.7 Acara Televisi Sebagai Media <i>Public Relation</i> .....	121

### Daftar Lampiran Gambar

Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Mushola.....	154
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Toilet.....	154
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Spot Foto.....	155
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Tempat Duduk.....	155
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Pendukung.....	156
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Area Parkir.....	156



Gambar Lampiran Dokumentasi Jadwal Piket.....	157
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Kantor Sekretariat.....	157
Gambar Lampiran Dokumentasi Petunjuk Jalan.....	162
Gambar Lampiran Dokumentasi Fasilitas Warung Makan.....	162